

第二章

翻译行业与翻译公司

本章将从翻译行业角度来分析翻译的重要性，探讨翻译行业所面临的机遇与问题，并将介绍翻译公司的产生、具体运作流程以及翻译管理系统，最后以传神公司为案例结束本章。

一、翻译行业面临的机遇

随着全球化进程的加快，对广大企业来说，翻译的重要性也日益凸现出来。具体而言，企业要将产品出口到国外，就需要将产品本地化，以当地语言对产品进行包装营销以满足客户的要求。DePalma, Sargent & Beninatto (2006) 曾对来自八个非英语国家（包括中国、日本、俄罗斯、巴西、土耳其、德国、法国和西班牙）的 2,430 位网上购物者进行调查，发现来自这些国家的消费者大多数不从英语网站购物，而更偏爱浏览本族语网站。这也是为什么微软会将其软件译为数十种语言，并在全球同步发行的原因。此外，许多国家（如欧盟各国）的法律也规定，进口产品的说明要采用当地语言（DePalma & Kuhns, 2006）。为此，外国企业要将产品打入当地市场，就必须将产品标签、说明书等材料译为当地语言。

目前，国际翻译市场规模已达到 100 亿美元（Beninatto & DePalma, 2007），而企业的数据资料正以每年 50%—70% 的速度增长，待译内容越来越多，市场规模不断地在扩大。

二、翻译行业面临的问题

翻译的重要性似乎不言而喻，然而翻译行业以外的人是如何看待这个行业的呢？目前，社会普遍将翻译看作是一种商品，认为翻译与流水线上生产出来的产品没有什么区别，所有翻译公司在翻译质量方面没有什么差别；或者认为

随着翻译辅助软件的出现、翻译效率的提高，翻译整体价格应该降下来。这种认识最直接的体现就是翻译拍卖网站：谁出价低，谁来译。事实上，翻译作为一种服务，服务水平也有高低之分。出价最低者的译文，其质量很可能就是最差的。如果一个企业要将准备出口国外的高端设备的标签由中文译为英文，而在寻找译员时只看重低价，一旦翻译质量出现问题，其损失（如品牌形象、法律诉讼、召回等）可能是翻译费的上万倍。这看似常识，犯此类错误的企业却比比皆是，因为这些企业没有从战略的高度来看待翻译。而社会上对翻译的错误或不全面的认识是妨碍企业认识到翻译重要性的一个原因。另一个原因是，翻译的投资回报率不太容易计算。美国翻译业内有这样的笑话：对一些企业来讲，“Translation is like toilet paper: It is important only when it is not there.”（翻译如同手纸——人们只有在需要却没有时才认识到其重要性。）

就翻译业本身而言，由于目前在国内注册翻译公司并不需要特殊的资质证明，偏低的人行门槛使这个行业鱼龙混杂，良莠不齐。这种情况损害了正规翻译公司的利益，也损害了译员的利益。根据 Common Sense Advisory（美国翻译咨询公司）统计，整个美国约有 1,900 家翻译公司。而据笔者统计，国内仅北京就有近千家翻译公司。国内的恶性竞争使得国内翻译价格远低于国际水平。据调查，2008 年国际市场翻译公司中文翻译平均报价为一个英文字 0.23 美元（Sargent, 2008），约合一千字 1,550 元人民币，而目前国内译员报价仅为一千字 100 元人民币左右。这使得国内译员以及整个翻译行业处于不利的地位，国外翻译公司近年来纷纷在中国设立分公司，以利用我国廉价的劳动力。

要改变国内这种情形，虽然并非不可能，但尚需时日，且需要整个行业的不断努力。值得一提的是，自 2001 年起，中国翻译协会翻译服务委员会及其会员单位（国内大中型翻译公司和翻译机构）每年召开一届全国翻译经营管理工作研讨会，制定各种翻译行业标准（如《翻译服务规范》和《翻译服务译文质量标准》），讨论翻译企业的资质评定和翻译服务的市场准入问题，以期规范全国的翻译服务市场，刹不正当竞争之风，维护企业自身的合法权益。

三、翻译公司的产生

在 20 世纪 90 年代以前，国内企事业单位通常在单位内部设立自己的翻译机构或者拥有自己的专职译员。这种内部翻译机构在完成本机构内部工作任务的同时，会以集体或个人的名义承接外界的翻译工作。90 年代以后，由于翻译市场需求量日益增大，许多内部翻译机构独立出来，转变为面向社会服务的翻译公司。同时，一些以社会为依托、面向市场的翻译公司应运而生。这些翻译公司通常雇有少数的专职译员和大量的自由译员，有些甚至没有自己的专职译员。

据统计，近年来在西方国家，51% 的政府机构和公司将所有翻译业务外包给翻译公司，36% 的单位将大部分翻译业务外包，8% 的单位将大部分翻译任务交给内部人员完成，而只有 5% 的单位将翻译任务全部让内部人员完成 (DePalma & Beninato, 2003)。多数政府机构和公司之所以将翻译业务外包，主要是出于削减成本的考虑。那些将翻译交由内部人员来做的单位多是政府部门和特殊行业，对材料的保密有很高的要求。当然，也有许多企事业单位将翻译业务外包给自由译员来做，以便进一步降低翻译成本。但这样做需要这些单位配备专人来管理自由译员，因而又增加了成本，所以直接将翻译业务外包给自由译员的业务所占比例并不高。根据 Proz.com 对近 1,500 名译员进行的调查¹，自由译员的翻译项目 70% 以上来自翻译公司。

四、翻译公司译员的构成

大致说来，翻译公司里的译员分为自由译员 (freelance translator 或 freelancer) 与专职译员 (in-house translator) 两种。前者指的是个体译员，属于 SOHO (家居办公) 一族，服务于不同的客户 (包括翻译公司和直接客户)；后者指的是在翻译公司或其他机构上班的全职译员。

做自由译员的好处包括：不必每天花费时间上下班；不必朝九晚五，时间比较灵活；不必接自己不喜欢的工作；不必看别人的脸色。其缺点在于：要求译员自我约束能力强；需要经营自己的翻译业务 (比如推销自己、联系客户、进行项目管理等)，无法将全部时间用于翻译；无固定收入，每月收入会有起伏；有时需要挑灯夜战，甚至通宵翻译。做全职译员则会有固定收入，需要朝九晚五上班，不必熬夜奋战，但有时需要加班加点。

不同的人会有不同的选择。做自由译员需要一番勇气。不过应该指出的是，虽然自由译员面临的挑战大得多，但如果经营得当，其收入从长远来看会比全职译员高。

翻译公司应该以专职译员为主还是以自由译员为主，不同的公司有不同的选择。两者之间的具体比例通常根据公司业务的发展情况来定。在不同的发展阶段，比例会不同。专职和兼职各有利弊，如何设定才是科学的，目前并没有标准答案，可以说是仁者见仁，智者见智。

按照专职译员和自由译员的比例，翻译公司可分为以下几种类型：

仅采用专职译员：从事软件本地化的公司多数属于这一类型。由于本地化

1 参见 <http://www.proz.com>。

公司的客户比较固定，一个公司往往只是服务于几个大客户，因此，这类公司的译员可以稳定在一定规模上，长期为这些客户提供服务。公司的译员还可能被分为若干组，每个组服务于一个大客户。这样做的好处是质量稳定，项目控制能力强；弊端是对客户的依赖性太高，一旦客户的需求终止或者有变，公司将承担人员变动而导致的风险和成本。

仅采用自由译员：无明确业务定位、规模较小、主要做传统业务的翻译公司大多属于此类。由于公司的业务不稳定，服务的随机性比较大，语种和领域都无法有一个确定的需求量，因此公司基本上只是充当了一个中介的角色。任务来了，都外派给自由译员来完成，公司内部只有项目管理人员和排版等辅助人员。这样做的好处是风险小；弊端是质量不稳定，项目控制能力差，不能承接大中型项目，而且应急能力差。

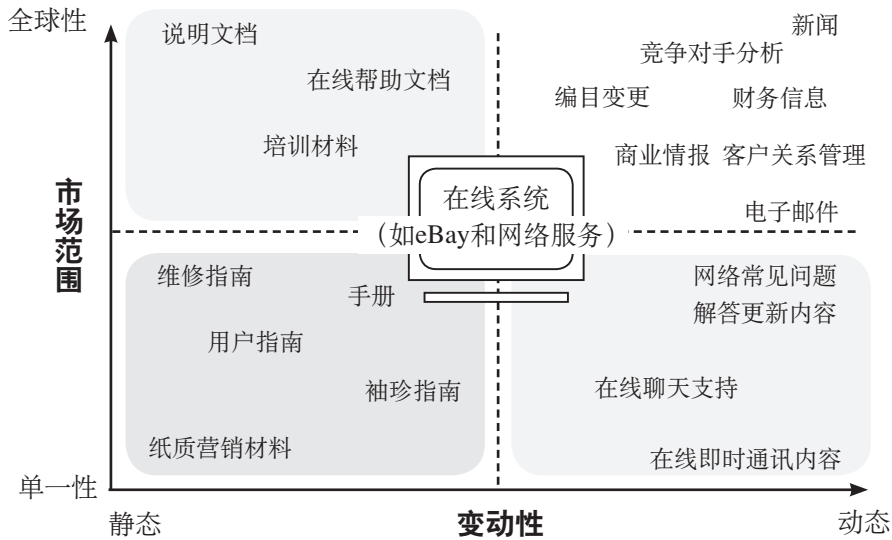
以专职译员为主：这类公司基本都有自己明确的优势领域，业务定位清晰，公司稳步发展。译员相对也比较稳定，同时也储备有一些自由译员，以备应付突发的客户需求。这样做的好处是质量稳定，项目控制能力强，同时还能适当兼顾客户多语种或者多领域的业务需求；弊端是一旦客户的需求终止或者有变，公司将承担人员变动而导致的风险和成本，但是风险相对于全部采用专职译员的公司来说要小。

以自由译员为主：这类公司通常业务变化大，尚处于业务定位从不清晰走向清晰的阶段，其专职译员专门用于应付一些紧急项目。当然，一些国际大型翻译公司也选择以自由译员为主，以便降低管理成本，但其自由译员和专职译员是相对固定的。这样做的好处是风险小，管理成本低，还能适当兼顾公司的应急能力；弊端是质量不稳定，项目控制能力差，不能承接大中型项目，且应急能力较弱。

五、翻译公司的业务

翻译公司的业务主要来源于企业客户。因此，在探讨这些业务之前，有必要先考察一下企业在走向国际市场时所产生的需求。Common Sense Advisory 从市场范围和-content 变更频率两大维度对企业待译内容进行了归纳，如下页图表所示 (DePalma & Joscelyne, 2005: 11)。

现阶段，翻译公司所承接的主要业务包括：笔译、口译、本地化（包括软件本地化和网站本地化）、多媒体处理（包括转写、字幕翻译、配音等）、桌面排版 (Desktop Publishing, 简称 DTP)、编辑和校对等。



翻译公司的客户来自于各行各业，而且不同行业对翻译的需要并不相同。翻译需求量大的行业主要有制造业、IT、法律、医药等。不同的翻译公司往往有不同的行业重点。技术性越强的领域（如专利），其翻译费用一般也越高。

六、翻译公司的运作流程

尽管翻译过程可以用“理解——表达——校核”几步表示出来，翻译公司的运作流程却要复杂得多，且不同的人和公司对此有着不同的见解。以下为 Common Sense Advisory 所设计的翻译项目管理流程（DePalma & Joscelyne, 2005），仅供参考¹：

1. 销售（Sales）

- (1) 有客户需要翻译。
- (2) 客户经理创建一个新项目。
- (3) 客户经理记录与该客户的交涉情况。

¹ 许多人可能对该流程持异议，比如为何在“译文交与客户”之前翻译公司没有进行校对。Common Sense Advisory 坚持认为校对过程应由译员而非翻译公司来完成。原文第七大步“收款”中的几个步骤在此省略。

2. 文件存储 (File storage)

- (4) 项目经理从客户那里接收待译材料。
- (5) 项目经理统计待译文字字数，整理翻译记忆库 (translation memory, 简称 TM)。

3. 译员管理 (Vendor management)

- (6) 项目经理将项目安排给译员与编辑人员。
- (7) 项目经理创建一个订购单 (purchase order, 简称 PO)。

4. 翻译流程 (Translation workflow)

- (8) 项目经理将待译材料安排给译员。
- (9) TM 人员与翻译流程管理人员接手。
- (10) 客户经理与项目经理跟踪翻译进度。
- (11) 译文交与客户。

5. 项目聚首 (Project portal)

- (12) 项目相关人员在线合作，解决其中的问题。

6. 质量 (Quality)

- (13) 语言专家对参与该项目的译员进行评定，更新译员库。
- (14) 客户经理与质量管理人员对译文质量进行评定。

7. 收款 (Invoicing)

- (15) 会计创建请款单 (invoice)¹，发给客户。
- (16) 会计跟踪客户付款情况。
- (17) 会计收到客户付款。

8. 公司运营数据库 (Operations database)

- (18) 运营总监查看项目盈利和客户情况。
- (19) 运营经理对翻译部门员工的工作效率进行评估。

关于销售，则需要了解客户在选择翻译公司时所要考虑的因素。根据一份对北美和欧洲 56 位客户的调查 (Sargent & DePalma, 2007)，客户在选择

¹ 对于请款单与 invoice 的区别，下一章有专门阐述。

翻译公司时首先考虑的是语言能力 (language capabilities), 然后依次是翻译质量 (perceived quality)、技术能力 (technical capabilities)、价格 (price)、试译质量 (translation sample)、此前的关系 (previous relationship)、自动化水平 (automation capabilities)、品牌 / 声誉 (brand/reputation)、公司成立时间 (years in operation)、他人的推荐 (references) 和地理距离 (proximity) 等。可以看到, 价格在许多客户眼里并非第一要素。

而翻译公司在开始翻译前一般需要从客户那里取得如下信息:

- 原文 (尽可能为最终版本)
- 文件格式 (比如 PPT、PDF)
- 译入语及国别或地区, 如繁体中文 (中国香港)
- 目标读者 (以决定译文语言风格)
- 交稿时间 (如在不同国家, 应包括时区)
- 字数 (或页数, 以便双方议定价格)
- 订单或有关可以开始翻译的书面确认信
- 参考材料 (如网站) 和背景信息
- 翻译记忆库 (TM) 或翻译风格指南 (style guide)
- 客户对质量的要求

其中, 最后一点“客户对质量的要求”往往被人忽视, 但它却是非常重要的。由于客户与翻译公司在质量问题上可能存在不同的标准和看法, 所以双方事先要约定如何评估翻译质量。Kelly, Beninato & DePalma (2008) 就翻译质量进行调查, 发现客户最为关注的是技术方面的准确性 (technical accuracy), 然后依次是译员是否乐于根据客户意见进行修改 (willingness to incorporate feedback)、语言准确 (linguistic accuracy)、客户服务 (customer service) 和译员的专业知识 (subject-matter expertise)。

七、翻译管理系统

自动化水平是客户选择翻译公司时重点考虑的因素之一, 越是大客户越看重这一点。自动化水平决定于翻译公司是否采用翻译管理系统, 及其管理系统性能。

翻译管理系统按购买方式可用三种: 1) 商用软件, 用户直接购买并安装在本地计算机上; 2) 租用软件, 软件安装在软件商服务器上, 用户通过网络使用该软件, 并缴纳租金; 3) 购买服务并获赠软件。Common Sense Advisory 对目前国际市场上的主流翻译管理系统进行了整理归类, 如下页表格所示 (Sargent & DePalma, 2007: 4):

软件商与软件	购买并安装	租用	购买服务获赠
Across Language Server	√		
AIT Projetex	√		
Beetext Flow	√		
Idiom World Server	√	√	
Lido-Lang XTRF	√		√
Lionbridge Freeway 2.0			√
LTC Organizer	√	√	√
Plunet BusinessManager	√		
Project Open	√	√	
Sajan GCMS 2006			√
SDL TMS	√	√	√
SDL Trados Synergy	√	√	
Thebigword			√
GlobalLink GMS	√	√	√
Transware Ambassador 6.8			√

翻译管理系统按其主要功能也分三种 (Sargent & DePalma, 2007: 5-9):

1) 公司层面上的项目管理系统 (亦称商务管理系统), 着眼于项目管理 (如分配任务并实时追踪任务完成情况)、资源管理 (如管理译员库) 与财务管理 (包括创建请款单、连接采购与会计系统、创建财务报告等);

2) 小组层面上的流程管理系统 (亦称过程管理系统), 着眼于流程、团体合作 (如共享文件) 与内容衔接 (如导入导出文件);

3) 个人层面上的合作平台系统 (亦称语言管理系统), 着眼于个人与他人的在线合作 (如拼写和语法检查、翻译平台、译文和术语在线校核等)。

Common Sense Advisory 对上表中 15 个翻译管理系统进行了评测与打分, 如下页表格所示 (Sargent & DePalma, 2007: 11)¹, 其中阴影部分为该管理系统的主打领域:

¹ 由于软件更新速度很快, 读者需要定期上网了解翻译管理系统的发展近况。

项目管理系统	项目管理	流程管理	语言管理	总分
Project Open (付费版)	9	7	0	16
LTC Organizer	8	4	2	14
Lido-Lang XTRF	8	5	0	13
Plunet BussinessManager	6	6	3	15
Beetext Flow	6	5	3	14
AIT Projetex	5	0	0	5
Project Open (免费版)	4	4	0	8
流程管理系统	项目管理	流程管理	语言管理	总分
Idiom World Server	6	9	8	23
GlobalLink GMS	3	9	9	21
Thebigword	8	8	8	24
Across Language Server	6	8	6	20
合作平台系统	项目管理	流程管理	语言管理	总分
Lionbridge Freeway 2.0	7	8	9	24
Sajan GCMS 2006	6	7	9	22
SDL TMS	7	8	9	24
Transware Ambassador 6.8	4	7	9	20
SDL Trados Synergy	2	0	5	7

从上表可以看出，就总分来而言，前五名为 Lionbridge、SDL TMS、Thebigword 和 Idiom World Serever、Sajan GCMS 2006。

这些翻译管理系统一般允许翻译经理、项目经理、会计、销售人员、全职译员和自由译员等不同身份的用户登录，其登录后的界面各不相同。

在此我们以 Project Open 为例大致了解一下其界面。下图是以自由译员身份登录 Project Open 系统后的界面：

全国翻译硕士专业学位(MTI)系列教材包括笔译、口译、理论、通识和工具书五大系列,是国内第一套专门针对MTI学生编写的专业教材,具有专业化、实践性、应用型的鲜明特色。整套教材以职业翻译技能训练为核心,以应用型翻译理论为指导,配合不同学科领域的专题训练,旨在完善学习者的翻译学科知识结构,有效提高学习者口、笔译实践能力。

本书为翻译硕士专业学位(MTI)专业选修课教材。

全书共十章,内容全面实用,涉及与翻译职业相关的各个方面,包括译员及翻译的领域、翻译行业与翻译公司、个人翻译项目的管理、译员需要的装备、网络资源的利用、工具书及词典的介绍与使用、计算机辅助翻译、译文的修订与编辑、译员培训和职业机构及组织。本书的主要特点如下:

- 资料性强:全书内容丰富,信息量大,涵盖了与翻译职业相关的诸多领域,有利于学习者全面掌握;
- 操作性强:每一章在清楚阐释相关问题的基础上,配有相应例证,有助于学习者实际操作;
- 指导性强:每一章均根据该章主题设计有“拓展阅读书目”和“练习与思考”,以指导学习者进一步深入学习。

项目负责:都帮森 责任编辑:都帮森 封面设计:刘冬 版式设计:张苏梅

高等英语教育出版社宗旨:

推动科研·服务教学·坚持创新

外研社·高等英语教育出版分社

FLTRP Higher English Education Publishing

电话:010-88819595

传真:010-88819400

E-mail:ced@fltrp.com

网址:http://www.heep.cn

(教育网 http://edu.heep.cn)



一个学术性教育性
出版机构

网址: http://www.fltrp.com
http://mti.fltrp.com

ISBN 978-7-5600-9954-5



9 787560 099545 >

定价: 31.90元